

スポーツが効果的な婚活イベントに果たす役割

高見彰*
水沢利栄** 勝木洋子***

抄録

我が国においては、ライフスタイルや価値観の多様化によって進んだ「未婚化」・「晩婚化」、またそれらが原因で起こる「少子化」が深刻な社会問題となっている。これらの深刻な社会的問題を解決すべく、今、国や自治体に取り組んでいる事業のひとつが結婚活動、いわゆる「婚活」事業がある。多くの都道府県において、様々な婚活事業が企画・実施されており、大きな成果を上げている自治体もある。

このように、さまざまな婚活事業が実施されている中で、「スポーツ婚活」や「スポーツ観戦婚活」が行われている。本調査は2015年に4組織が主催したスポーツ婚活イベント参加者163名を対象にスポーツ婚活を通じた参加者の態度・価値観の変容、スポーツ婚活ではどのような特徴（効果）を持つのかを明らかにした。主な結果は以下のとおりである。

1. スポーツ婚活の効用として、参加者の気持ちをより活性化し、安定に向かわせる効果がある。
2. イベント参加前後での期待と満足度では、「一緒に楽しみたい」、「相手と親しくなりたい」、「スキンシップを図りたい」など親和性を期待している。
3. スポーツ特有のデメリット（不安）は全体的に「気にならない」という反応であった。スポーツに対する不安を感じながらも、参加してみると不安要素を感じることは少なく、気にならなかったといえる。
4. 参加者の9割がこれまでに打ち込んだスポーツがあり、スポーツに対する抵抗感が少ない集団といえる。
5. 婚活に対する意識と態度では、半数を超える者が婚活に対して抵抗感や不安をもちながらも、費用や婚活事業そのものについては肯定的である。
6. 参加者は、最初の第一印象と人柄で好感を持ち相手を選ぶ重要なファクターとなっている。

キーワード：スポーツ婚活，婚活，少子化，地域創生

* 大阪国際大学 〒570-8555 大阪府守口市藤田町6-21-57
 ** 福井大学 〒910-8507 福井県福井市文京3丁目9番1号
 *** 神戸親和女子大学 〒651-1111 兵庫県神戸市北区鈴蘭台北町7丁目13-1

A Study on the Effect of Sports in the Konkatsu Events

Akira Takami *

Toshihide Mizusawa **

Yoko Katsuki ***

Abstract

There are serious problems about the declining birthrate and the delayed marriage in Japan, so the konkatsu which action for marriage events are rapidly increasing in recent years. The Sports konkatsu which action for marriage by sports has attracted attention, but the effect has not been clarified yet. The purpose of this study was to examine the evaluation of Sports konkatsu events arranged sports activities, the degree of sports experience and the opportunity to find the sports konkatsu events. Data was collected from 163 participants of the Sports konkatsu events sponsored by the 4 organizations in 2015. The results are follows:

1. As an effect of the Sports konkatsu, there is an effect of the more activating and stabilizing the feelings of the participants.
2. In the expectation and satisfaction before and after the events, it was expecting an affinity, such as " enjoying it together" " becoming close to a partner" and " working to physical contact."
3. There was the reaction as "not worry about sport-specific disadvantage". Even while feeling the anxiety for sports before events, less able to feel uneasy element.
4. 90% of the participants have been devoted to sports, so there are few feeling of resistance for sports.
5. In the awareness and attitude toward Konkatsu, who more than half of participants, even while having a sense of resistance and anxiety to konkatsu, are positive about the costs and konkatsu business itself.
6. It is the important factor that the participant chooses a partner with a good feeling by the first impression and personality.

Key Words : sports konkatsu, action for marriage, declining birthrate, Regional creation

* Osaka International University

6-21-57 Tohdacyo, Moriguchi, Osaka, Japan. 570-8555

** University of Fukui

3-9-1 Bunkyo, Fukui City, Fukui Prefecture, Japan. 910-8507

*** Kobe Shinwa Women's University

7-13-1 Suzurandai-kitamachi, Kobe, Hyogo, japan. 651-1111

1. はじめに

我が国においては、ライフスタイルや価値観の多様化によって進んだ「未婚化」・「晩婚化」、またそれらが原因で起こる「少子化」が深刻な社会問題となっている。これらの深刻な社会的問題を解決すべく、今、国や自治体に取り組んでいる事業のひとつが結婚活動、いわゆる「婚活」事業がある。多くの都道府県において、様々な婚活事業が企画・実施されており、大きな成果を上げている自治体もある。

このように、さまざまな婚活事業が実施されている中で、近年ではスポーツ事業も参戦し、「スポーツ婚活」や「スポーツ観戦婚活」が行われ始めている。スポーツ婚活とは、スポーツ活動を通じた結婚活動であり、スポーツサークルを通じた結婚活動のほか、スポーツ体験をしながらのカップリングパーティ、スポーツ観戦婚活も含まれ、最近では経験による差が顕著にでないニュースポーツや運動会形式のレクリエーションスポーツ、鬼ごっこなども行われている。

このように、多種多様なスポーツ婚活やスポーツ観戦婚活が行われ、注目されつつあるが、スポーツ婚活を扱った研究は等閑視されており、スポーツ婚活を通じた参加者の態度・価値観の変容、他の婚活と比較してスポーツ婚活ではどのような特徴（効果）を持つのかは明らかにされていない。

2. 目的

本研究の目的は、スポーツ体験型婚活イベント参加者の基本特性を明らかにし、イベント参加前後の対人コミュニケーションによる期待と満足、スポーツ婚活特有の不安に対する変容を量的に明らかにする。また、参加者のイベントプログラムに対する評価から、よりマッチング率の高いスポーツ婚活プログラムを提案するための基礎資料を得ることを目的とした。青年期のスポーツ参加機会の新たなモデルを構築し、「少子化対策」「若者出会いサポート」「まちづくり」施策に提言するものである。

3. 方法

3-1 調査日及び調査対象

調査は表1に示すとおり、A から D の4つのイベントを対象とした。

A については福井大学スポーツコミュニティ研究会主催のスポーツ婚活イベント参加者 58 名。B は大阪国際大学と枚方市教育委員会が共催し、枚方体育協会の協力で開催されたスポーツ婚活イベント参加者 38 名。C は神戸市立中央体育館主催にて開催されたスポーツ婚活参加者 40 名。D は福井市男女共同参画室主催のスポーツ婚活イベント参加者 27 名の計 163 名を対象とした。平均回収率は 93% である。

4つのイベントは、いずれもコミュニケーションの

進展を図るイニシアティブゲームを最初に取り入れたあと、レクリエーションゲームとキンボールやフリスビーなどのニュースポーツでプログラムが構成された。A,B,D については小グループに別れ昼食をはさみ、C についてはスポーツアクティビティ終了後、パーティー形式の交流会がもたれた。いずれも最後に参加者の投票によるマッチングが行われているのも特徴といえる。「実施時間」に「午前、午後」とあるのは昼食をはさんで1日プログラムとして行われ、「午後」はそれぞれ半日のプログラムであることを示している。

表1 調査対象者の概要

調査区分	会場	日程	参加者数	有効男女別人数	実施時間	募集対象者
A	福井大学	2015.9.27	58	男25	午前	20-50歳
				女27		
B	枚方市教育委員会	2015.11.8	38	男18	午前	20-30歳代
				女17		
C	神戸市立中央体育館	2015.11.29	40	男20	午後	25-39歳
				女18		
D	福井市役所	2015.12.6	27	男12	午後	26-45歳
				女14		
				20代前半16名(9.8%) 20代後半46名(28.2%) 30代前半48名(29.4%) 30代後半26名(16.0%) 40代以上14名(8.6%) 未記入13名(8.0%)		
男性75名(49.7%) 女性76名(50.3%) 調査対象総数163名						

3-2 調査内容

表2に本調査で用いた変数と操作定義を示している。①属性、②現在の気持ち、③スポーツ婚活の効果、④スポーツ観、⑤婚活に関する意識、⑥イベント評価の6つの項目について調査票を作成した。

基本属性として、年齢、居住地、性別、職業、年収、について尋ねた。

スポーツ婚活イベントが参加者の現在の気持ちに及ぼす影響を図るために TDMS（二次元気分尺度、アイエムエフ株式会社発行）に準拠し8項目（落ち着いた、イライラした、無気力な、活気にあふれた、リラックスした、ピリピリした、だらけた、イキイキした）を採用した。

婚活イベントに参加した理由では9つの選択肢を設け、特に求めるつきあいの深さを知るため「結婚相手を求める」、「恋人をを求める」、「友達を作りたい」など3つのパターンに細分化した。

イベントに期待することを探るため「相手と親しくなりたい」、「一緒に楽しみたい」、「スキンシップを図りたい」、「会話がはずむ」、「相手の人柄を見極めたい」、「スポーツの技術を高めたい」、「スポーツの苦手意識をなくしたい」、「注目されたい」の8項目を採用し、事後にその期待がどの程度満足に繋がったかを問うため同じ項目を用いている。

スポーツ婚活特有のデメリットをどの程度感じているのか、またそのイメージが参加後ではどのように変化したのかを調べるために、「汗くさくなったり、べたべたするのが嫌」、「化粧がくずれたり、脂ぎるのが嫌」、「セットした髪がくずれるのが嫌」、「スポーツが得意じゃないから楽しめないと思う」、「ジャージ姿はオシャレではない」、「失敗した姿を見られるのが恥ずかしい」、「ケガをしったり、疲労感が残るのが嫌」、「女性ら

表2 変数と操作上の定義

変数	操作定義	
現在の気持ち	事前事後の気分の変化	0. 全くそうでない 1. 少しはそう 2. ややそう 3. あり程度はそう 4. かなりそう 5. 非常にそう
スポーツ婚活	参加回数	1. 今回が初めて 2. 2回 3. 3回 4. 4回 5. 5回以上
	参加理由	1. 恋活のため 2. 婚活のため 3. 友活のため 4. 人脈を広げるため 5. 知人の付き添い 6. 単にスポーツを楽しむため 7. わいわい盛り上がるため 8. なんとなく 9. その他
	事前に期待すること(8項目)	1. 全く期待していない 2. あまり期待していない 3. 少し期待している 4. 非常に期待している
	事後に満足したこと(8項目)	1. 全く満足していない 2. あまり満足していない 3. 少し満足している 4. 非常に満足している
スポーツ観	事前のスポーツ婚活に対する不安(10項目)	1. 全く気にならない 2. あまり気にならない 3. 少し気になる 4. 非常に気になる
	事後のスポーツ婚活に対する不安(10項目)	1. 全く気にならなかった 2. あまり気にならなかった 3. 少し気になった 4. 非常に気になった
	打ち込んだスポーツの有無	1. はい 2. いいえ
婚活観	打ち込んだスポーツの種類	1. 野球・ソフトボール 2. サッカー 3. フットサル 4. テニス 5. バスケットボール 6. バレーボール 7. ゴルフ 8. ボウリング 9. ラグビー 10. アメリカンフットボール 11. 卓球 12. 陸上 13. ウォーキング 14. ランニング 15. マラソン 16. ジョギング 17. 水泳 18. サーフィン 19. バドミントン 20. ボウリング 21. ハンドボール 22. サイクリング 23. キャンプ・ハイキング等 24. アイスホッケー 25. スキー 26. スノーボード 27. アイススケート 28. 武道 29. その他
	スポーツ実施率	1. ほぼ毎日 2. 週に3日以上6日未満 3. 週に1~2日 4. 月に1~3日 5. 3ヶ月に1~3日 6. 年に1~3日 7. 全くやっていない 8. わからない
	利用婚活形態	1. 婚活バー 2. 婚活ツアー 3. 婚活サイト 4. 合コンパーティー 5. お見合いパーティー 6. 街コン 7. 普通のお見合い 8. スポーツ婚活イベント 9. 結婚相談所 10. その他
イベント評価	婚活に対するイメージ(7項目)	1. 全くない 2. あまりない 3. ある 4. 非常にある
	対象者への興味の変化の有無 興味を持った相手への魅力	1. ある 2. ない
属性	満足度	1. 第一印象 2. 顔 3. スタイル 4. 声質 5. ファッション 6. 人柄(性格) 7. その他
	期待以上 2. 期待通り 3. やや期待はずれ 4. 全くの期待はずれ	
属性	募集年齢幅	1. ちょうど良かった 2. もっと年齢幅をせばめるべき 3. もっと年齢幅を広げるべき 4. その他
	イベントの長さ	1. ちょうどよい 2. 短い 3. 長い
属性	年齢	実数
	住まい	郵便番号
属性	性別	1. 男性 2. 女性
	職業	1. 会社員・団体職員 2. 自営業主 3. 公務員 4. 自由業 5. 嘱託社員・契約社員 6. パート・アルバイト 7. 家事手伝い 8. 学生 9. 無職 10. その他
属性	年収	1. 200万円未満 2. 200万円~400万円未満 3. 400万円~600万円未満 4. 600万円~800万円未満 5. 800万円~1000万円未満 6. 1000万円以上 7. わからない

し、男らしさの固定観念でみられると嫌」、「着替えなど荷物が増えるのが嫌」、「新しいものをそろえるのにお金がかかるのが嫌」の10項目を採用した。

参加者のスポーツに対する経験度を探るために打ち込んだスポーツの有無とその種目またスポーツ実施率の3項目を尋ねた。また、婚活に関する一般的価値観を探るために7項目(婚活に対する抵抗感や不安、婚活事業の費用について不満、他者に頼らない自然な恋愛への願望、婚活事業に対する不信感、自分が求めない人と出会いに対する不安、婚活を通じて結婚できるか不安、婚活参加を人に知られことへの抵抗)を採用した。最後にイベントの満足度、募集年齢幅、開催時間などの評価に関する項目を取り入れた。

調査はいずれの調査区分も受付時に調査票を配付し、事前部分を記入後、受付番号を付した封筒に入れいったん回収した。イベント閉会後に一斉に返却し、事後部分を記入後その場で回収した。

4. 結果及び考察

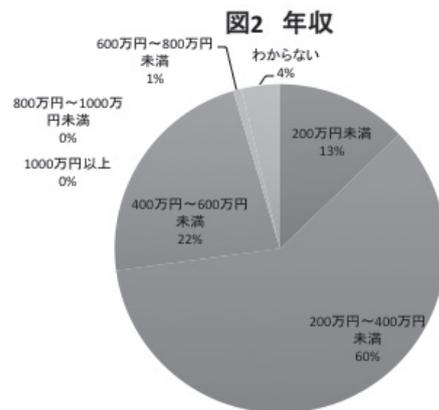
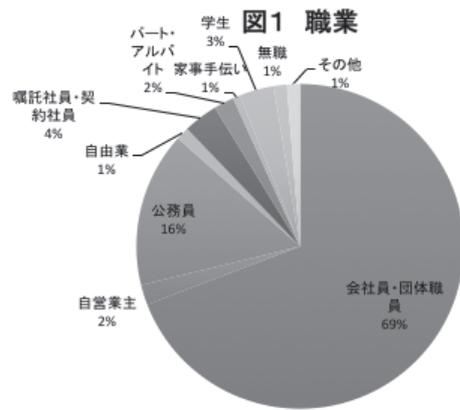
4-1. 属性

年齢:表1より、参加者の年齢構成は20歳代前半(20歳から24歳)が9.8%、20歳代後半(25歳から29歳)が28.2%、30歳代前半(30歳から34歳)が29.4%、30歳代後半(35歳から39歳)が16.0%、40歳以上が8.6%と特に20代後半から30代前半に対象者が集中した年齢構成となっている。ただしイベントごとに募集年齢の幅が異なるので、すべてのイベントにすべての年代の参加者が含まれるわけではない。

性別:各イベントで男女の構成比は若干異なるも、全体として男性49.7%、女性50.3%とほぼ半数の割合となっている。(表1)

職業・収入:会社員が69%と最も多く、次いで公務員16%と続いている。(図1)

年収:図2から年収200万円から400万円が60%と最も多く、400万円から600万円が22%と続いている。(図2)



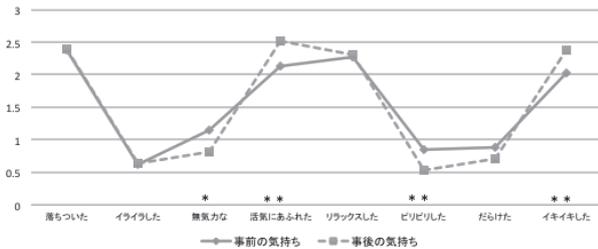
4-2. スポーツ婚活前後の気分の変化

スポーツ婚活イベントの効果をみるために現在の気持ちの状態を事前、事後ごとの変化をみた。「落ち着いた」「活気にあふれた」「リラックスした」「イキイキした」「イライラした」「無気力な」「ピリピリした」「だらけた」8項目について、「全くそうでない」(0点)「少しはそうである」(1点)「ややそう」(2点)「ある程度そう」(3点)「かなりそう」(4点)「非常にそう」(5点)の6段階尺度で得点化した。

事前では「落ち着いた」(2.37)「活気にあふれた」(2.14)「リラックスした」(2.27)「イキイキした」(2.02)と安定度と活性度が比較的高い状態にある。事後では

同様の傾向を示しているが、ポジティブな項目はより高く、ネガティブ項目もより改善の傾向を示している。特に「活気にあふれた」(2.14→2.51)「イキイキした」(2.02→2.38)では1%水準で有意差が認められた。また、「無気力な」(1.14→0.82)「ピリピリした」(0.84→0.53)では改善が見られ、それぞれ5%、1%水準で有意差が認められた。このことから、スポーツ婚活では参加者の気持ちをより活性化し、安定に向かわせる効果があることがわかる。

図3 事前事後による気分の変化



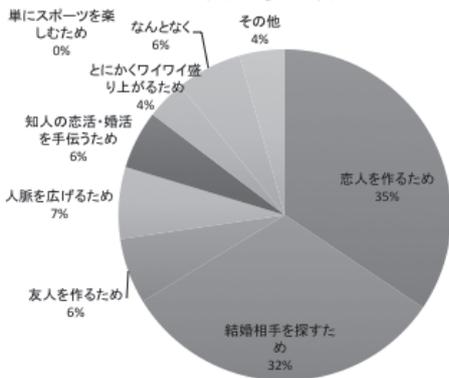
4-3. 参加目的

およそ8割の参加者がスポーツ婚活イベントに初めて参加しており、その目的は図4より、「恋人を作るため」が34.4%と最も多く、「結婚相手を探すため」が31.8%と続いている。「人脈を広げるため」(7.0%)、「友達を作るため」(6.4%)、「知人のつきそい」(5.7%)など直接結婚につながらない理由もみられる。参加者の年齢による分析は今回行っていないが、比較的若い世代は、いきなり“結婚相手”を探すというよりまずは“恋人探し”から始めるという理由が想定される。

参加者のインタビューでも婚活は壁が高く、“婚活イベント”と謳われているイベントは参加しにくいという意見も聞かれた。また、友人と共に申し込むという参加者が多く、特に女性にその傾向が顕著である。

またスポーツ婚活イベントでは、スポーツはあくまでコミュニケーションを促進する道具としてとらえられており、スポーツそのものを楽しむという目的の参加者は皆無であった。

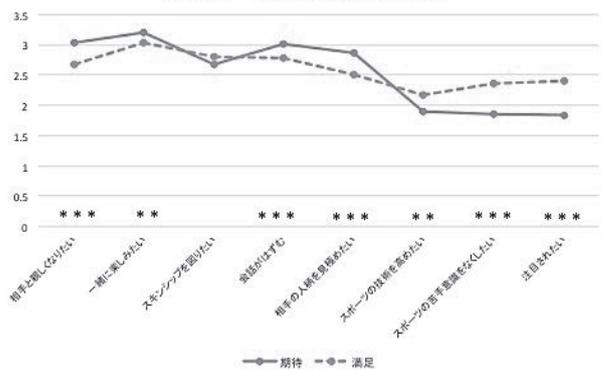
図4 参加目的



4-4. イベント参加前後での期待と満足度

スポーツ婚活に期待していることと、事後にその期待がどの程度満たされたかを調べた。その結果、図5に示すとおり、「一緒に楽しみたい」(3.2→3.04)、「相手と親しくなりたい」(3.04→2.67)、「会話がはずむ」(3.02→2.78)、「相手の人柄を見極めたい」(2.86→2.51)、「スキンシップを図りたい」(2.68→2.81)が2.5以上となり、親和性を期待していることがわかった。しかしながら、「スキンシップを図る」以外は満足が期待を有意(0.1%水準, 1%水準)に下まわる結果となっている。イベントの満足にも関連するが、プログラムと一緒に楽しみながらスキンシップを図ることに主眼が置かれ、会話が弾み相手と親しくなり、相手を見極めるといった深いところまでには至っていないようである。「スポーツの技術を高めたい」(1.9→2.17)、「スポーツの苦手意識をなくしたい」(1.85→2.35)、「注目されたい」(1.84→2.41)はもともと事前には期待はされていなかったが、イベント後にはその値は有意に高くなっている。

図5 スポーツ婚活に対する期待と満足

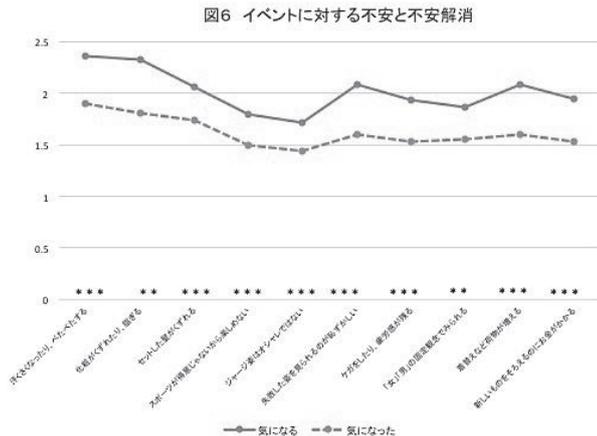


4-5. スポーツ婚活イベントのデメリット(不安)

スポーツをする上で、デメリットとなる要因を事前の値のみ羅列すると、図6に示すとおり「汗くさくなったり、べたべたするのが嫌」(全体2.36, 男性2.15, 女性2.54)、「化粧がくずれたり、脂ぎるのが嫌」(全体2.32, 男性2.14, 女性2.52)、「セットした髪がくずれるのが嫌」(全体2.06, 男性1.82, 女性2.28)、「スポーツが得意じゃないから楽しめないと思う」(全体1.8, 男性1.61, 女性2.00)、「ジャージ姿はオシャレではない」(全体1.71, 男性1.56, 女性1.83)、「失敗した姿を見られるのが恥ずかしい」(全体2.08, 男性2.00, 女性2.17)、「ケガをしたり、疲労感が残るのが嫌」(全体1.93, 男性1.77, 女性2.11)、「女性らしさ、男らしさの固定観念でみられると嫌」(全体1.86, 男性1.83, 女性1.88)、「着替えなど荷物が増えるのが嫌」(全体2.08, 男性1.97, 女性2.22)、「新しいものをそろえるのにお金がかかるのが嫌」(全体1.94, 男性1.83, 女性2.03)となり、全体では

「気にならない」という反応であるが、性別で見た場合、すべての項目で女性が男性よりも強く不安を感じているのがわかる。

イベント後には、すべての項目で「全く気にならない」の方向へ有意にシフトしている。スポーツに対する不安を感じながらも、参加してみると不安要素を感じることは少なく、気にならなかったといえる。このことは次回に参加を考える場合、スポーツに対する不安要素がなくなり、参加への壁が低くなると考えられる



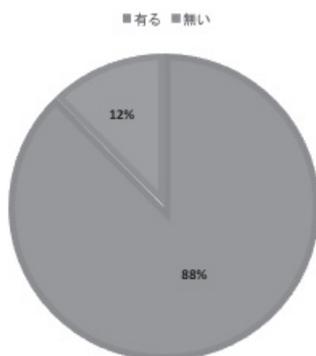
4-6. スポーツ観

これまでに打ち込んだスポーツが「有り」と9割が回答している(87.7%)。スポーツ婚活参加者は過去にスポーツ経験がある者が参加しており、スポーツに対する抵抗感が少ない集団といえる。

打ち込んだスポーツ種目全体ではサッカー、テニスが25%以上と最も多く、水泳、バドミントン、スノーボードが20%以上と続いている。(図8)

現在のスポーツ実施の頻度を見た場合(図9)、週に1~2日以上スポーツを行う積極的参加者が約4割いる反面、「全くやっていない」、「年に1~3日」、「3ヶ月に1から3日」の非実施群4割近くみられ、スポーツ婚活参加と現在のスポーツ実施の有無とはあまり関係があるとはいえない。

図7 打ち込んだスポーツの有無



むしろ、スポーツを人と人をつなぐためのコミュニケーションの手段としての道具として捉えているといえる。前述の図5で示したスポーツへの期待でも「技術の獲得」や「苦手意識をなくす」、「注目されたい」といったことがらには、関心が薄いことから種目を特定しないスポーツ婚活参加者は、スポーツを通じてコミュニケーションの場を多く作り出していくことに重点を置くべきである。

図8 打ち込んだスポーツ種目(複数回答)

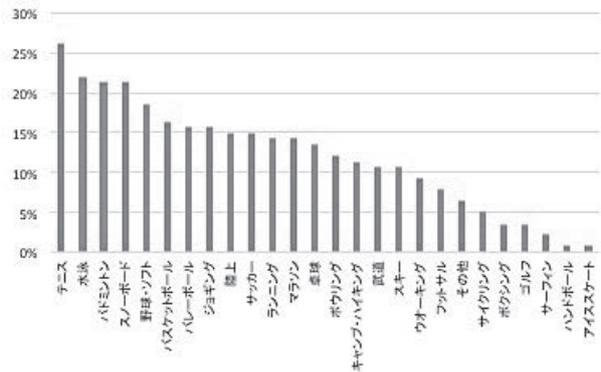
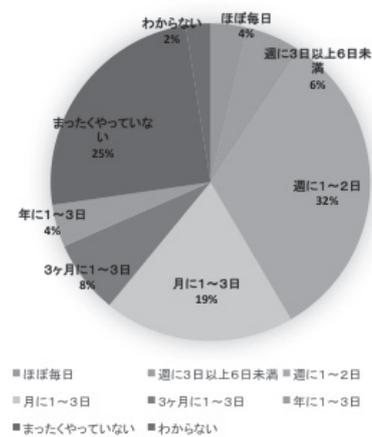


図9 参加者のスポーツ実施率



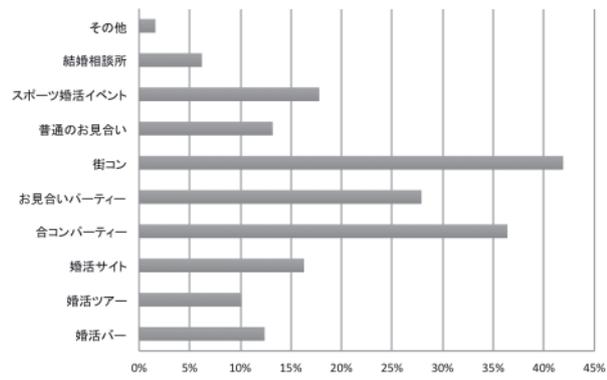
4-7. 婚活事業に対する意識と態度

図10に示すとおり、参加したことのある婚活イベントでは「街コン」(41.9%)が最も多く、「合コンパーティ」(36.4%)、「お見合いパーティー」(27.9%)、「スポーツ婚活」が17.8%と続いている。

今回の調査対象となった枚方市開催のスポーツ婚活イベントでは、枚方市の街コン事務局が参加者募集に協力した関係で、街コン経験者の割合が高くなったことが予想される。

出会いの場としての街コンやパーティー系のイベントは、最近では多くの場で開催されており、気軽に、手軽に参加できる場である。しかし、参加者の中には参加者同士で一言も言葉を交わすことなく終了となることもある。スポーツ婚活の場合は、一緒に体験を通じて言葉を交わす機会も多く、出会いの場としては最適な機会である。今後、開催の機会が増えていくと考える。

図10 参加した婚活形態(複数回答)



4-8. 婚活に対する意識と態度

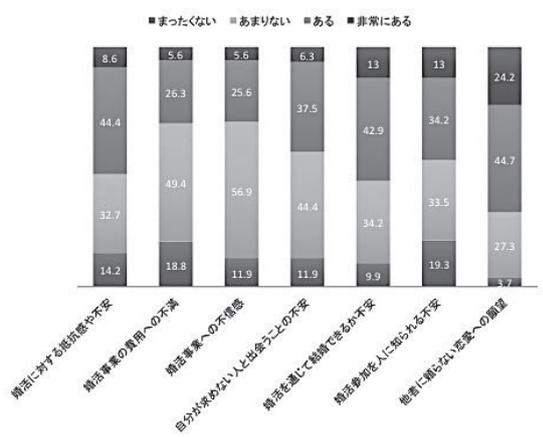
「婚活に対する抵抗感や不安の有無」, 「婚活事業に対する不満」, 「他者に頼らない自然な恋愛」, 「婚活事業に対する不信感」, 「自分が求めない人との出会いに対する不安」, 「婚活を通じて結婚できるか不安」, 「婚活参加を人に知られるのが嫌」に対して「まったくない」, 「あまりない」, 「ある」, 「非常にある」で尋ねた。

7つの項目図11より、婚活に対する抵抗感や不安を尋ねたところ、半数を超える者が抵抗感や不安があると答えている。また、半数以上が婚活を通して結婚相手が見つかるか大きな不安を持っている。成婚率を高めていくためにも、婚活に対する不安材料を精査し、安心して出会いの場に参加できるようにするべきである。

しかしながら、約7割が費用や婚活事業そのものについては肯定的である。結婚相談所など民間が行っている婚活事業には登録日や会費など高額な費用がかかるものがあるが、図10からもわかるように登録費用など諸経費がかかる婚活事業への参加率は低く、費用などに対する不満は少ないと考えられる。

婚活が市民権を得た今、婚活に対する不信感や後ろめたさは見られず、半数が婚活を人に知られることことに不安をもたない現実がある。しかし、7割が本来なら婚活イベントや事業所に頼らずに恋愛相手や結婚相手と出たいと考えている本音を垣間見ることができる。

図11 婚活事業への不安・不満



4-9. イベント評価

図12よりイベント内で初めて興味を持った人と最終的に興味を持った人が同じであると答えた人が40%で、変わった人が60%いることがわかる。

図13より最初の第一印象が相手の興味を引き寄せることができる重要なポイントであることは明らかである。スポーツの持つ明るく健康的なイメージを以下に参加者に投影するプログラムを提供できるかが重要である。

また、人柄が人を選ぶ重要なファクターである。今回の調査を行った4カ所のイベントでも、課題解決型の共同体験プログラムを取り入れている。スポーツの楽しさを共有しながら、人柄がよく表出する活動を意図的にとり入れていくことが、参加者の満足に繋がる。

図12 興味を持った相手の変化

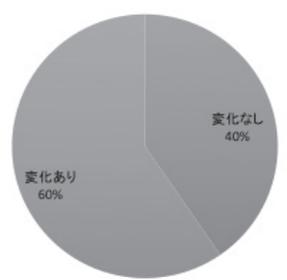


図13 相手に惹かれたところ

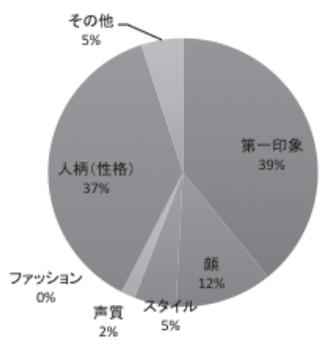


図14から、イベントの所要時間では、7割が「ちょうどよい」と答えている。調査区分A・B・Dのイベントでは午前2時間、昼食を1時間はさんで午後2時間、計5時間を基本としたプログラム構成であった。24%が「長い」と感じているが、初見の参加者が打ち解け、素の自分を出せ、参加者同士でコミュニケーションを自由にとれる雰囲気を作るまでには、相応の時間が必要となる。

図15より、募集年齢幅については、7割が「ちょうどよい」と答えている。「年齢幅を狭めるべき」が27%いることから、多くの参加者を集める催しであれば年齢幅の広さは許容されるが、人数が少なくなればなるほどある程度年齢が近い集団のほうが現実的なマッチングに結びつく可能性が高くなる。(図15)

図14 イベントの時間

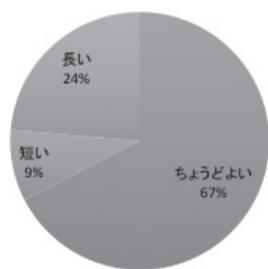
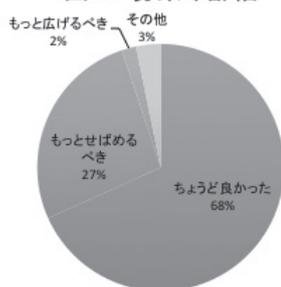


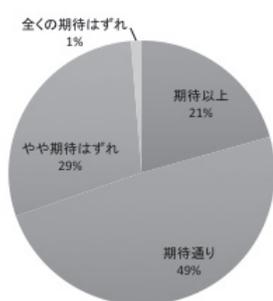
図15 募集年齢幅



イベントに対する満足度を見ると、全体で 70%の人が「期待通り」以上の満足を感じている。しかし、30%の「期待はずれ」が見られるのは残念である。20 代後半や 30 代前半の結婚に結びつく出会いを真剣に求めてきている年齢層の評価が厳しくなる傾向にある。(図 16)

以上の結果からスポーツ婚活イベントは、参加者の満足度を満たし、マッチングの成否にかかわらず、次も参加したいというリピーター作りを心がけていく必要がある。

図16 イベントに対する満足度



5. まとめ

スポーツ体験型婚活イベント参加者の基本特性とスポーツ婚活イベントの効果を明らかにするため、4カ所で開催されたスポーツ婚活イベント参加者 163 名を対象にイベント前後の期待と満足、スポーツ婚活特有の不安に対する変容を量的に明らかにすることによりマッチング率の高いスポーツ婚活プログラムを提案するための基礎資料を得ることを目的とした。次のことが明らかになった。

1. スポーツ婚活の効用として、事前よりも事後の方が「気分」の安定度と活性度の比較的高い状態になり、ポジティブな項目はより高く、ネガティブ項目もより改善の傾向を示した。このことから、スポーツ婚活では参加者の気持ちをより活性化し、安定に向かわせる効果があることがわかる。
2. イベント参加前後での期待と満足度では、「一緒に楽しみたい」、「相手と親しくなりたい」「スキンシップを図りたい」など親和性を期待していることがわかった。しかしながら、満足度が期待を下まわる結果となった。
3. スポーツ婚活イベントのデメリット（不安）は全体的に「気にならない」という反応であったが、イベント後には、すべての項目で「全く気にならない」の方向へ有意にシフトした。スポーツに対する不安を感じながらも、参加してみると不安要素を感じることは少なく、気にならなかったといえる。
4. 参加者の9割がこれまでに打ち込んだスポーツがあり、スポーツに対する抵抗感が少ない集団といえる。打ち込んだスポーツ種目全体ではサッカー、テニスが25%以上と最も多く、水泳、バドミントン、スノーボードが20%以上と続いている。
5. 婚活に対する意識と態度では、半数を超える者が婚活に対して抵抗感や不安をもち、婚活を通して結婚相手が見つかるか大きな不安を持っている。しかしながら、約7割が費用や婚活事業そのものについては肯定的である。
6. 参加者は、最初の第一印象と人柄で好感を持ち相手を選ぶ重要なファクターとなっている。

本研究は、スポーツ婚活参加者全体の分析を基に進めている。今後は年齢、性別などの属性や会場ごとのクロス分析を行い、スポーツ婚活の効果検証の深化を図っていく。その後、青年期のスポーツ参加機会の新たなモデルを構築し、「少子化対策」「若者出会いサポート」「まちづくり」施策に貢献しようよう提言していく。

参考文献

- 山田昌弘 (2010) 日本の未婚者の実情と、「婚活」による少子化対策の可能性. クォーターリー生活福祉研究, 通巻 74 号 vol.19 No.2
- 山田昌弘 (2010) 「婚活」現象の社会学, 東洋経済新報社.
- 山田昌弘・白川桃子 (2008) 「婚活」時代, ディスカバー・トゥエンティワン.
- 山田昌弘・白川桃子 (2013) 「婚活」症候群, ディスカバー・トゥエンティワン.

この研究は笹川スポーツ研究助成を受けて実施したものです。